

ANALISA MODAL SOSIAL DAN INOVASI PRODUK PADA PENGUSAHA MIKRO DAN KECIL DI JAWA TIMUR

Danny Suriatna dan R.R. Retno Ardianti

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: danny_09189@yahoo.com ; retnoa@petra.ac.id

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan gambaran modal sosial, pengelolaan inovasi produk yang diterapkan dan mendeskripsikan kaitan antara modal sosial pengusaha dengan inovasi produk pada pengusaha mikro dan kecil di Jawa Timur. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *judgmental sampling* dan diperoleh 141 responden dari penyebaran kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan terdapat adanya dukungan modal sosial kepada pengusaha mikro dan kecil di Jawa Timur, terbesar adalah dukungan dari orang tua, anggota keluarga dan pasangan hidup. Kemudian penelitian ini juga menunjukkan bahwa pengusaha mikro dan kecil di Jawa Timur melakukan inovasi produk. Dan hasil berikutnya dari penelitian ini adalah bahwa ternyata modal sosial pengusaha mikro dan kecil dengan inovasi produk pengusaha saling memiliki keterkaitan satu sama lain, keterkaitan yang terbesar adalah dukungan finansial, jaringan, dan moral dari orang tua, anggota keluarga dan pasangan hidup terhadap inovasi pada perubahan pengendalian/kontrol kualitas produk, dan perubahan standar kualitas produk.

Kata Kunci— Modal Sosial, Inovasi produk, *Entrepreneur*, usaha mikro dan kecil.

I. PENDAHULUAN

Menjadi pengusaha yang mandiri dan sukses, tanpa bergantung pada orang lain, atau bergantung oleh gaji dari perusahaan, merupakan impian dari sebagian besar masyarakat di Indonesia yang belum bekerja. Menjadi seorang pengusaha yang mandiri memang tidak mudah, memerlukan kerja keras dan keuletan yang tinggi, serta kecermatan yang tinggi. wirausaha adalah seorang yang melaksanakan tindakan untuk mengejar peluang-peluang dalam situasi, dimana orang lain tidak melihatnya atau mungkin peluang-peluang tersebut hanya dianggap sebagai ancaman. Seorang wirausaha merupakan individu yang mengambil resiko, dan yang menerapkan tindakan-tindakan untuk mengejar peluang-peluang dalam situasi dimana pihak lain tidak dapat melihatnya atau merasakannya, bahkan ada kemungkinan bahwa pihak lain tersebut menganggap sebagai masalah ataupun ancaman.

Dorongan dari faktor sosial tinggi dampaknya dalam proses pengambilan keputusan, pemilihan strategi, dan penentuan langkah usaha untuk kedepan. Banyak pembuktian tentang pengaruh faktor sosial sangat berpengaruh pada keberhasilan seorang pengusaha, dapat dilihat dari salah satu faktor sosial keluarga seorang *Entrepreneur*, dengan adanya perusahaan-perusahaan keluarga yang sukses dan besar dalam kemampuannya *survive* di pasar, dan keberlanjutan kegiatan ekonominya yang *profitable*, salah satu contohnya pengusaha

sukses dengan dorongan faktor sosial pertemanan, dorongan dari teman dalam bisnis, keluarga, status perkawinan, hubungan jaringan kinerja, dan faktor sosial lainnya. Berikut adalah salah satu contoh dari dorongan faktor sosial pertemanan dalam bisnis, yang membawa kesuksesan. Contohnya Pada PT Nyonya Meneer, yang merupakan bisnis keluarga. *PT Nyonya Meneer* adalah perusahaan keluarga yang bergerak di bidang produksi jamu dan ini kerap diterpa konflik internal dalam perusahaan. Perusahaan ini dikelola oleh Charles Saerang yang sekarang menjabat sebagai presiden direktur internal selama kurun waktu 1984-2000. Menurut pendapatnya yang dikutip dari majalah swa, yang membuat dia sukses selain dari didikan orang tuanya, dorongan dan bantuan dari rekan-rekannya, baik rekan bisnis, maupun rekan sekolahnya terdahulu juga sangat berpengaruh pada suksesi dari bisnis yang dijalankannya ini. (<http://swa.co.id/business-strategy/charles-saerang-pembelajaran-berharga-dari-konflik-bisnis-keluarga>).

Faktor sosial diatas tersebut menunjukkan bahwa pentingnya faktor sosial yaitu membantu kelancaran bisnis dari PT. Nyonya Meneer, kemudian contoh lain adalah Mery Yani, yang dikutip dari majalah Swa pula, Mery Yani tak pernah membayangkan bakti tulusnya kepada ibunya yang tengah berjuang melawan maut justru menjadi pembuka kunci suksesnya dalam bisnis. Merry Yani mengawali bisnisnya dengan membantu kakaknya berjualan telur di pasar, sekaligus membantu ayahnya yang memiliki usaha pabrik pakan ikan dan unggas di Karawang, Jawa Barat. Dia kian tertarik pada usaha kakaknya. Padahal, ketika itu bisnis kakaknya yang memproduksi sekaligus berjualan berbagai jenis telur, termasuk telur asin, tengah stagnan. Yakin bahwa bisnis telur punya masa depan yang baik, Mery pun memberanikan diri mengambil alih untuk mengelolanya. (<http://swa.co.id/youngsterinc/mery-yani-manisnya-bisnis-telur-asin>) Inovasi produk dilakukan akan meningkatkan nilai tambah dari suatu produk. Produk baru yang sukses di pasaran akan memberikan keuntungan bagi perusahaan itu sendiri, dimana akan meningkatkan kinerja perusahaan yang dapat dilihat dari penjualan, keunggulan kompetitif dan produktivitas perusahaan. Dalam menghasilkan produk baru biasanya terkait dengan inovasi proses dimana setiap manfaat produk baru berasal dari inovasi proses (Crawford dan Benedetto, 2008)

Banyak pengusaha sukses karena melakukan inovasi, tetapi yang sungguh sangat disayangkan, selama ini banyak pengusaha yang tidak menyadari bahwa kemampuannya dalam berbisnis dan kemampuan berinovasinya tidak terlepas dari

faktor sosial yang ada disekitarnya, entah dari para anggota keluarga, lingkungan, lingkungan sekolah, rekan seprofesi, jaringan kinerja dalam usaha, dorongan keluarga, teman, dan rekan dalam bisnis. Banyak diantara pengusaha sukses yang tidak menyadari dan tidak mengakui bahwa dukungan faktor sosial yang telah membawanya pada kesuksesan tetapi sebaliknya banyak pengusaha yang gagal dalam usahanya, kembali lagi ke rekan-rekan, keluarga, dan lain sebagainya sebagaimana lingkungan sosialnya, untuk meminta pertolongan. Mengapa hal ini bisa terjadi demikian. Dengan penelitian ini diharapkan oleh peneliti, agar memperjelas tentang sangat pentingnya faktor sosial pada *Entrepreneur* dan dampaknya terhadap kemampuan berinovasi *Entrepreneur*.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka yang akan menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Bagaimanakah gambaran modal sosial yang dimiliki pengusaha mikro dan kecil di Jawa Timur
- Bagaimanakah gambaran inovasi produk yang telah diterapkan pada pengusaha mikro dan kecil di Jawa Timur
- Bagaimana kaitan modal sosial dan inovasi produk pada pengusaha mikro dan kecil di Jawa Timur

Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini yaitu:

- Mendeskripsikan gambaran modal sosial yang dimiliki pengusaha mikro dan kecil di Jawa Timur.
- Mendeskripsikan inovasi produk yang diterapkan oleh pengusaha mikro dan kecil di Jawa Timur.
- Mendeskripsikan kaitan antara modal sosial dengan inovasi produk pada pengusaha mikro dan kecil di Jawa Timur.

Pengertian Usaha Mikro adalah “usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini” (Undang-undang republik Indonesia nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah, 2008).

“*Entrepreneur* adalah seorang dimana ia mempunyai ide yang inovatif, dapat melihat peluang yang ada di dalam pasar dan dapat membuat mimpi-mimpi mereka menjadi sebuah realitas yang gemilang” (Thornberry, 2006). Dan menurut Schermerhorn Jr, *Entrepreneur* adalah seorang yang melaksanakan tindakan untuk mengejar peluang-peluang dalam situasi, dimana orang lain tidak melihatnya atau mungkin peluang-peluang tersebut hanya dianggap sebagai ancaman. Seorang *Entrepreneur* merupakan individu yang mengambil resiko, dan yang menerapkan tindakan-tindakan untuk mengejar peluang-peluang dalam situasi dimana pihak lain tidak dapat melihatnya atau merasakannya, bahkan ada kemungkinan bahwa pihak lain tersebut menganggap sebagai masalah ataupun ancaman. (Winardi, 2008).

Menurut Hisrich dan Peters (2008), dukungan orang tua, anggota keluarga dan teman; dukungan dari orang dekat akan mempermudah individu sekaligus menjadi sumber kekuatan ketika menghadapi permasalahan. Dukungan dari

lingkungan terdekat seperti tetangga dan kelompok masyarakat yang di ikutinya akan membuat individu mampu bertahan menghadapi permasalahan yang terjadi. Dengan demikian berarti bahwa dukungan dari faktor sosial mempengaruhi individu dalam kegiatan yang dilakukannya, termasuk didalamnya kegiatan berbisnis.

Menurut Staw ada bukti kuat bahwa wirausahawan memiliki orang tua yang bekerja mandiri atau berbasis sebagai wirausaha. Wirausahawan yang berhasil adalah mereka yang dibesarkan oleh orang tua yang juga wirausaha, karena mereka memiliki pengalaman luas dalam usaha. Haswell et al. (dalam Zimmerer & Scarborough, 2008) menyatakan bahwa alasan utama kegagalan usaha adalah kurangnya kemampuan manajerial dan pengalaman. Dari pendapat dan penemuan para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa didikan dari orang tua berpengaruh dalam kesuksesan kemampuan manajerial dan pengelolaan usaha

Menurut Woolcock dan Narayan (2000), Modal Sosial adalah bagaimana hubungan diantara pelaku ekonomi dan hubungannya dengan lembaga-lembaga ekonomi. Modal sosial bersifat multidimensi, dan terjadi baik pada individu dan tingkat organisasi (Nahapiet dan Ghoshal, 1998). Modal sosial didefinisikan secara luas dalam literatur, sehingga hubungan yang tepat antara definisi dan operasionalisasi yang diperlukan dalam rangka untuk menjelaskan setiap aspek dari proses jaringan dan *reciprocities characterized* (Baron dan Hannan, 1994). Jaringan sosial yang disediakan oleh keluarga, berbasis masyarakat, atau hubungan organisasi yang berteori untuk menambah efek pendidikan, pengalaman, dan modal keuangan (Bourdieu, 1983, Coleman, 1988; 1990, Loury, 1987 dalam Davidsson and Honig, 2003)

Terdapat dua dimensi Modal Sosial. Kedua dimensi ini memiliki implikasi yang berbeda pada hasil-hasil yang dapat dicapai dan pengaruh-pengaruh yang dapat muncul dalam proses kehidupan dan pembangunan masyarakat. Kedua dimensi tersebut antara lain adalah *Bonding Social Capital*, dan *Bridging Social Capital*. Dimana penjabarannya adalah sebagai berikut :

(a) Bonding Social Capital

Apa yang menjadi karakteristik dasar yang melekat pada dimensi ini, sebagai ciri khasnya, dalam konteks ide, relasi dan perhatian, adalah lebih berorientasi ke dalam (*inward looking*) dibandingkan dengan berorientasi keluar (*outward looking*). Ragam masyarakat yang menjadi anggota kelompok ini pada umumnya homogenius (cenderung homogen). Menurut Hasbullah, (2006) Modal sosial terikat adalah modal sosial yang cenderung bersifat eksklusif

(b) Bridging Social Capital

Menurut pendapat Coleman (1999), tipologi masyarakat *bridging social capital* dalam gerakannya lebih memberikan tekanan pada dimensi *fight for*. Yaitu yang mengarah kepada pencarian jawaban bersama untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh kelompok (pada situasi tertentu, termasuk

problem di dalam kelompok atau problem yang terjadi di luar kelompok tersebut). Pada keadaan tertentu jiwa gerakan lebih diwarnai oleh semangat yang bersifat memberi perlawanan terhadap ancaman berupa kemungkinan runtuhnya simbol-simbol dan kepercayaan-kepercayaan tradisional yang dianut oleh kelompok masyarakat.

Menurut (Gittel & Vidal, 1998), Pada kelompok masyarakat yang demikian ini, perilaku kelompok yang dominan adalah sekedar *sense of solidarity (solidarity making)*. 'Menjembatani' modal sosial, sesuai dengan yang hubungan yang lemah, mengacu pada hubungan antara orang-orang yang tidak saling mengenal dengan baik lainnya. Sedangkan menurut Woolcock, (2000). *Rekan* dan kolega, atau orang-orang yang berbagi beberapa karakteristik demografi, terlepas dari seberapa baik mereka mengenal satu sama lain. *Bridging* modal sosial melibatkan jaringan tumpang tindih (di mana anggota dari satu kelompok dapat memperoleh akses ke sumber daya dari kelompok lain karena tumpang tindih keanggotaan).

Inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreatifitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang. Berdasar pendapat dari (Drucker, 2008: 10) inovasi lebih dari sekedar ide / gagasan murni yang memegang peranan penting, tetapi juga fikiran kreatif mengembangkannya menjadi gagasan berharga. Inovasi merupakan fungsi utama dalam proses kewirausahaan. Drucker (2008: 12) mengatakan inovasi memiliki fungsi yang khas bagi wirausahawan. Dengan inovasi wirausahawan menciptakan baik sumberdaya produksi baru maupun pengelolaan sumber daya yang ada dengan peningkatan nilai potensi untuk menciptakan sesuatu yang tidak ada menjadi ada. Inovasi adalah satu proses untuk mengubah kesempatan menjadi ide yang dapat di pasarkan. Meskipun demikian terdapat perbedaan yang signifikan antara sebuah timbul dari spekulasi dengan ide yang merupakan hasil pemikiran riset pengalaman dan kerja yang sempurna. Wirausahawan yang prospektif harus mempunyai keberanian untuk memberikan sebuah ide melalui tahapan pengembangan. Dengan demikian inovasi adalah suatu kombinasi visi untuk menciptakan suatu gagasan yang lebih baik dan keteguhan serta dedikasi untuk mempertahankan konsep melalui implementasi.

Dari beberapa teori juga disebutkan bahwa terdapat peran yang sangat penting mengenai inovasi produk. Dewasa ini inovasi produk sangat dibutuhkan untuk survive di dalam dunia usaha, tidak terjadi kejenuhan produk, dan produk yang selalu inovatif. Inovasi produk adalah aktivitas inovasi dan pengembangan produk yang dikaitkan dengan kinerja merupakan hal penting yang harus diperhatikan dalam peningkatan produktivitas dan persaingan global. Menurut (Ellitan, 2006),inovasi mencakup penciptaan, pemilihan dan pengembangan atau peningkatan produk, proses dan teknologi.

Dengan menggunakan teknologi baru, penciptaan dan pengenalan (komersialisasi) atau memasarkan produk baru tersebut dan mengadopsi proses produksi yang inovatif, perusahaan dapat memecahkan masalah persaingan secara efektif .

Menurut Rothberg (1981) dalam Susanty, dkk. (2010) suatu perusahaan atau produk inovatif merupakan sesuatu yang dapat dibedakan dengan sebelumnya melalui keunikannya dalam bentuk, fungsi, ataupun perilaku. Inovasi produk mengambil peranan yang sangat penting dalam strategi perusahaan agar dapat memegang kendali. Alasan ini terdiri dari perubahan perilaku konsumen dan kompetitor, perubahan teknologi, dan kebijakan pemerintah. Didukung oleh teori dari Nelly dkk. (2001) dalam Suhendro (2010) berpendapat bahwa inovasi produk menunjukkan pada pengembangan dan pengenalan produk baru atau dikembangkan yang berhasil di pemasaran. Inovasi produk dapat berupa perubahan desain, komponen dan arsitektur produk. Drucker (1954, dalam Suhendro, 2010) menyatakan bahwa inovasi produk merupakan satu hal yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya menciptakan pelanggan. Menurut Dourgerty (1996) dalam Suhendro (2010) inovasi produk adalah suatu cara yang penting bagi perusahaan agar tetap dapat beradaptasi dengan pasar, teknologi, serta pesaingan. Menurut Crawford & De Benedetto (2000:9) inovasi produk adalah "Inovasi yang digunakan dalam keseluruhan operasi perusahaan dimana sebuah produk baru diciptakan dan dipasarkan, termasuk inovasi di segala proses fungsional/ kegunaannya." Indikator Inovasi Produk

a. Kualitas

Berdasar pendapat dari (Kotler dan Armstrong, 2004) dalam (Yunal & Indriyani, 2013) Inovasi produk dapat dilakukan pada atribut-atribut produk, yang mencakup Kualitas Produk : Kualitas produk, yang merupakan kemampuan suatu produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, yang meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan. Daya tahan yang dimaksud mencerminkan umur ekonomis dari produk tersebut, sedangkan kehandalan merupakan konsistensi dari kinerja yang dihasilkan suatu produk dari satu pembelian ke pembelian berikutnya. Kualitas produk berarti kualitas kesesuaian, yaitu bebas dari kecacatan dan kekonsistenan dalam memberikan kualitas yang tinggi.

b. Fitur Produk

Fitur produk, yang merupakan sarana kompetitif untuk membedakan produk satu dengan yang lain, atau antara produk yang dimiliki dengan produk pesaing. Fitur produk identik dengan sifat dan sesuatu yang unik, khas dan istimewa yang tidak dimiliki oleh produk lainnya

c. Gaya dan design Produk

Gaya dan desain produk, yang merupakan cara lain dalam menambah nilai bagi pelanggan. Gaya hanya me,njelaskan penampilan produk tertentu, sedangkan desain memiliki konsep yang lebih dari gaya. Desain berkontribusi tidak hanya pada penampilan, namun juga pada kegunaan

produk. Gaya dan desain yang baik dapat menarik perhatian, meningkatkan kinerja produk, memotong biaya produksi, dan memberikan keunggulan bersaing.

II. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis melakukan analisis faktor sosial terhadap kemampuan inovasi *Entrepreneur* skala mikro dan kecil di Jawa Timur. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2012) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian berdasarkan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan.

Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010:15). Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah semua wirausahawan yang memiliki bisnis skala mikro dan kecil di Jawa Timur.

Sampel

Dalam memperoleh data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan *judgmental sampling*, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 141 responden. *judgmental sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan menentukan kriteria-kriteria tertentu.

Kriteria yang dipakai dalam penelitian ini adalah

- Memiliki omzet penjualan paling besar Rp 2.500.000.000 per tahun
- Memiliki karyawan minimal 1 orang
- Merupakan usaha kecil
- Usaha sudah berdiri minimal 1 tahun
- Usaha berada di wilayah Jawa Timur.

Pengambilan sampel adalah metode *non-probability sampling* dimana peneliti menggunakan pertimbangannya untuk memilih anggota yang sesuai dari populasi sebagai sampel. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2010:116). Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan oleh peneliti adalah 141 responden pengusaha skala mikro dan kecil di Jawa Timur.

Definisi operasional

Variabel penelitian dalam penelitian ini adalah modal sosial dari pengusaha yang dipengaruhi oleh faktor keluarga, berbasis masyarakat, atau hubungan organisasi yang memfasilitasi penemuan peluang serta identifikasi, pengumpulan, dan alokasi sumber daya. Modal sosial digambarkan dalam ada atau tidaknya dukungan finansial, dukungan jaringan, dan dukungan moral yang didapatkan pengusaha dari: Orang tua, Anggota keluarga, Teman dekat, Tetangga, Kelompok masyarakat, dan rekan bisnisnya.

Inovasi

Inovasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sebagai inovasi Produk yang bisa menciptakan perubahan dan pengembangan, serta inisiatif-inisiatif baru yang lebih inovatif. Inovasi mencakup penciptaan, pemilihan dan pengembangan atau peningkatan produk, proses dan teknologi, produk inovatif merupakan sesuatu yang dapat dibedakan dengan sebelumnya melalui keunikannya dalam bentuk, fungsi, ataupun perilaku. Inovasi produk memiliki 3 indikator, yakni adalah:

- Kualitas Produk: Kualitas produk, yang merupakan kemampuan suatu produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, yang meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan. Item didalamnya meliputi perubahan kontrol kualitas, perubahan standar kualitas, dan pengembangan kualitas.
- Fitur produk: sarana kompetitif untuk membedakan produk satu dengan yang lainnya. Item didalamnya meliputi penambahan fitur produk dan varian produk.
- Gaya dan desain produk: merupakan cara lain dalam menambah nilai bagi pelanggan. Gaya menjelaskan penampilan produk tertentu. Item dari indikator inovasi gaya dan desain produk adalah perubahan pada fungsi produk dan perubahan pada packaging produk.

Jenis dan Sumber Data

Pada penelitian ini, jenis data yang digunakan penelitian adalah data kuantitatif. Pengertian kuantitatif menurut Sugiyono (2010:13), adalah: "Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan." Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berasal dari kuisioner yang dibagikan model dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas yaitu faktor sosial. Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari wirausahawan yang memiliki usaha skala mikro dan kecil di Jawa Timur.

Sumber Data

Sedangkan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang secara langsung diambil dari obyek penelitian oleh peneliti perorangan maupun organisasi (Godam, 2006). Dalam penelitian ini, pengambilan data primer didapatkan dari penyebaran kuisioner terhadap sampel. Daftar pernyataan dibuat sedemikian rupa sehingga tujuan dari penelitian menjadi lebih jelas bagi responden.

Metode pengumpulan Data

Penelitian ini mengumpulkan data dengan membagikan kuisioner kepada sejumlah total 141 responden pengusaha di bidang usaha kecil dan mikro di Jawa Timur. Kuisioner disini menurut Hariandja, Hadriwati, (2007) merupakan cara yang

paling luas dilakukan, sebab disamping murah, juga lebih cepat karena dapat mengumpulkan informasi beberapa jawaban sekaligus. Dengan menyebarkan kuisioner berupa sejumlah pertanyaan dan pernyataan kepada responden atau sumber data untuk menjawab. Metode penyebaran kuestioner lebih efisien dalam pengukurannya, berdasarkan variabel yang diketahui. Penulis disini membuat pertanyaan yang berkaitan dengan apa yang diperlukan kepada pengusaha sektor mikro dan kecil di Jawa Timur sebagai narasumber untuk diisi sesuai fakta.

Analisis Data

Teknik analisis data untuk menguji apakah, faktor sosial berpengaruh terhadap kemampuan inovasi wirausahawan dengan bisnis skala mikro dan kecil di Jawa Timur adalah menggunakan analisis Statistik deskriptif, meliputi Mean, distribusi frekuensi, presentasi, dan kemudian menggunakan cross tabulation, untuk menampilkan kaitan antara 2 atau lebih variabel, sampai dengan menghitung apakah ada hubungan antara baris dan kolom.

Statistik Deskriptif

Menurut Kuncoro (2007) statistik deskriptif adalah penggambaran suatu data menggunakan metode numerik dan grafis untuk mengenali pola sejumlah data, merangkum informasi yang ada dalam data dan menyajikan informasi tersebut dalam bentuk yang diinginkan

Cross Tabulation

Menurut Santoso (2003) Cross Tabulation merupakan sebuah tabel silang yang terdiri atas 1 baris atau lebih. Cross Tabulation adalah membantu memahami sebuah variabel. Cross tabulation menghasilkan tabel-tabel yang mencerminkan distribusi gabungan 2 atau lebih variabel dengan jumlah kategori atau nilai pembeda yang terbatas. Dimana cross tabulation sekedar menampilkan kaitan antara 2 atau lebih variabel, sampai dengan menghitung apakah ada hubungan antara baris dan kolom.

Uji Keabsahan Data

Supaya terhindar dari ketidakpastian dalam perhitungan yang akan berdampak pada biasanya hasil penelitian, maka sebelum digunakan untuk penelitian sesungguhnya, lebih dahulu dilakukan pengujian reliabilitas dan validitas pada kuesioner yang akan digunakan pada penelitian ini. Hasil uji validitas dan reliabilitas yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Uji Reliabilitas : Pengukuran reliabilitas pada prinsipnya menunjukkan sejauh manapengukuran dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda biladilakukan pada subjek yang sama. Semakin tinggi tingkat keandalan suatu alat ukur, semakin stabil dan dapat diandalkan alat ukur tersebut dalam mengukur suatu gejala.

b. Uji Validitas : Uji validitas merupakan alat untuk menguji apakah tiap-tiap butir pertanyaan benar-benar telah mengungkapkan faktor / indikator yang ingin diteliti. Jadi dapat dikatakan semakin tinggi validitas suatu instrumen, maka instrumen tersebut akan semakin mengenai sasarannya atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur. Penggunaan

skalanya juga bersifat tetap sepanjang uji, maka setiap pertanyaan yang diuji harus memiliki jawaban yang sudah seragam dari awal sampai akhir.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas merupakan alat untuk menguji apakah tiap-tiap butir pertanyaan benar-benar telah mengungkapkan faktor / indikator yang ingin diteliti. Jadi dapat dikatakan semakin tinggi validitas suatu instrumen, maka instrumen tersebut akan semakin mengenai sasarannya atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur. Penggunaan skalanya juga bersifat tetap sepanjang uji, maka setiap pertanyaan yang diuji harus memiliki jawaban yang sudah seragam dari awal sampai akhir. Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur (Riduwan, 2004). Semakin tinggi validitas suatu instrument, maka instrument tersebut akan semakin mengenai sasarannya atau menunjukkan apa yang seharusnya diukur. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *pearson colleration*.

Pengukuran reliabilitas pada prinsipnya menunjukkan sejauh manapengukuran dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda biladilakukan pada subjek yang sama. Semakin tinggi tingkat keandalan suatu alat ukur, semakin stabil dan dapat diandalkan alat ukur tersebut dalam mengukur suatu gejala.

Dibawah ini adalah tabel dari uji validitas modal sosial dari pengusaha mikro dan kecil di Jawa Timur

Tabel 3.1
Uji Validitas Modal Sosial

Modal Sosial	Item	Pearson Correlation (sig 2 tailed)	Keterangan
	Dukungan Finansial Orang Tua	0.016	Valid
	Dukungan Finansial Anggota Keluarga	0.002	Valid
Dukungan	Dukungan Finansial Teman	0.000	Valid
Finansial	Dukungan Finansial Pasangan Hidup	0.096	Tidak Valid
	Dukungan Finansial Tetangga	0.024	Valid
	Dukungan Finansial Rekan	0.001	Valid
	Dukungan Finansial Kelompok	0.004	Valid
	Dukungan Jaringan Orang Tua	0.003	Valid
	Dukungan Jaringan Anggota Keluarga	0.015	Valid

Dukungan	Dukungan Jaringan Teman	0.005	Valid
Jaringan	Dukungan Jaringan Pasangan Hidup	0.187	Tidak Valid
	Dukungan Jaringan Tetangga	0.011	Valid
	Dukungan Jaringan Rekan	0.034	Valid
	Dukungan Jaringan Kelompok	0.005	Valid
	Dukungan Moril Orang Tua	0.006	Valid
	Dukungan Moril Anggota Keluarga	0.03	Valid
Dukungan	Dukungan Moril Teman	0.006	Valid
Moril	Dukungan Moril Pasangan Hidup	0.679	Tidak Valid
	Dukungan Moril Tetangga	0.083	Tidak Valid
	Dukungan Moril Rekan	0.109	Tidak Valid
	Dukungan Moril Kelompok	0.065	Tidak Valid

Sumber : Hasil data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel diatas, maka hasil uji validitas dari Modal sosial menunjukkan hasil korelasi yang signifikan (menggunakan $\alpha = 5\%$). Dari 21 item tersebut tidak semuanya menunjukkan hasil yang valid.

Tabel 3.2

Uji Reliabilitas Modal Sosial

Cronbach's Alpha	N of Items
.864	21

Dari tabel diatas hasil uji reliabilitas data yang diolah ini menunjukkan data yang reliabel karena memiliki Cronbach Alpha > 0.8. Dari 21 item pertanyaan yang ada menunjukkan semuanya reliable.

Tabel 3.3

Uji Validitas Inovasi

Inovasi Produk	Item	Pearson Correlation (sig 2 tailed)	Keterangan
Desain	Fungsi desain produk	0.000	Valid
	Packaging desain produk	0.000	Valid
Varian Produk	Penambahan varian produk	0.000	Valid
	Penambahan fitur varian	0.000	Valid

	produk		
Kualitas	Kontrol kualitas	0.000	Valid
	Standar kualitas	0.000	Valid
	Pengembangan kualitas	0.000	Valid

Sumber : Hasil data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel diatas, maka hasil uji validitas dari inovasi menunjukkan hasil korelasi yang signifikan (menggunakan $\alpha = 5\%$). Dari 7 item tersebut semuanya menunjukkan hasil yang valid

Tabel 3.4

Uji Reliabilitas Inovasi

Reliabilitas	
Cronbach's alpha	N of items
0.909	7

Sumber : Hasil data primer yang telah diolah

Berdasar tabel di atas diketahui bahwa uji reliabilitas dari variabel inovasi menunjukkan hasil yang reliable. Hal ini dapat dilihat dari nilai *cronbach's alpha* yang menunjukkan angka 0.909. Dimana batas suatu ukuran dapat dikatakan reliable apabila menunjukkan angka diatas 0.8.

Analisa Deskriptif

Dukungan Finansial

Berdasarkan olahan data dari Dukungan finansial yang didapat pengusaha mikro dan kecil di Jawa Timur didapatkan dukungan finansial terbesar adalah dukungan berurutan dari orang tua dan anggota keluarga.

Tabel 3.5

Distribusi Frekuensi Dukungan Finansial Orang Tua

Dukungan Finansial Orang Tua	Frekuensi	Persentase
Tidak Ada	30	21
Sangat Kecil	5	3
Kecil	2	1
Sedang	23	16
Besar	41	29
Sangat Besar	40	28

Sumber : Hasil data primer yang telah diolah

Pada tabel diatas 30 reponden dari total 141 responden yang menjawab tidak adanya dukungan finansial yang diberikan oleh orang tua, 5 menjawab sangat kecil, 2 kecil, 23 sedang, 41 besar dan 40 reponden menjawab sangat besar, sebagian besar dari reponden menjawab dukungan finansial yang diberikan oleh orang tua besar dan sangat besar, ini berarti secara finansial orang tua memberikan dukungan pada pengelola usaha mikro dan kecil di Jawa Timur terbilang besar

Tabel 3.6

Distribusi Frekuensi Dukungan Finansial Anggota Keluarga

Dukungan Finansial Anggota Keluarga	Frekuensi	Persentase
Tidak Ada	58	41
Sangat Kecil	5	3
Kecil	9	6
Sedang	18	12
Besar	27	19
Sangat Besar	24	17

Sumber : Hasil data primer yang telah diolah

Pada tabel diatas , tabel dukungan finansial anggota keluarga dari 141 jawaban responden,ditunjukkan 58 responden menjawab tidak ada, 5 menjawab sangat kecil, 9 responden menjawab kecil,18 responden menjawab sedana, 27 orang menjawab besar, dan 24 orang menjawab sangat besar, dari tabel dukungan finansial dari anggota keluarga memang banyak yang menjawab tidak ada, tapi bila dilihat kembali yang menjawab sedang hingga sangat besar masih banyak yang mendapatkan dukungan finansial dari anggota keluarga. Secara finansial , para pengusaha mikro dan kecil di Jawa Timur mendapat dukungan dari anggota keluarganya.

Dukungan Jaringan

Berdasarkan olahan data dari Dukungan jaringan yang didapat pengusaha mikro dan kecil di Jawa Timur didapatkan dukungan jaringan terbesar adalah dukungan berurutan dari orang tua dan anggota keluarga

Tabel 3.7

Distribusi Frekuensi Dukungan Jaringan OrangTua

Dukungan Jaringan Orang Tua	Frekuensi	Persentase
Tidak Ada	30	21
Sangat Kecil	2	1
Kecil	3	2
Sedang	24	17
Besar	48	34
Sangat Besar	34	24

Sumber : Hasil data primer yang telah diolah

Dari tabel diatas terdapat 30 responden dari total 141 responden menjawab tidak adanya dukungana jaringan dari orang tua, 5 menjawab sangat kecil dan kecil, 24 menjawab sedang, 48 menjawab besar, dan 34 menjawab sangat besar. Persentase terbesar dari tabel diatas responden menyatakan bahwa dukungan jaringan yang diberikan orang tua besar, dan ini merupakan hasil terbesar dibanding dengan dukungan jaringan yang lainnya. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar dari pengusaha sektor kecil dan mikro di Jawa Timur yang diwakilkan oleh 141 responden pengusaha sektor kecil dan mikro di Jawa Timur mendapatkan modal jaringan yang besar dari orang tua dalam mengelola usaha sektor kecil dan menengah yang dikelolanya saat kuesioner ini dijawab oleh responden.

Tabel 3.8

Distribusi Frekuensi Dukungan Jaringan Anggota Keluarga

Dukungan Jaringan Anggota Keluarga	Frekuensi	Persentase
Tidak Ada	26	18
Sangat Kecil	2	1
Kecil	6	4
Sedang	26	18
Besar	51	36
Sangat Besar	30	21

Sumber : Hasil data primer yang telah diolah

Dari tabel diatas dukungan jaringan anggota keluarga hampir sama dengan dukungan jaringan orang tua, berdasarkan tabel diatas pengaruh dukungan jaringan orang tua dan anggota keluarga bisa dikatan lebih mendominasi daripada dukungan jaringan yang diberikan dari modal sosial yang lainnya jika dilihat dari data tabel diatas 51 responden dari total 141 responden yang mendapat dukungan jaringan yang besar dari anggota keluarga.

Dukungan Moril

Berdasarkan olahan data dari Dukungan moril yang didapat pengusaha mikro dan kecil di Jawa Timur didapatkan dukungan moril terbesar adalah dukungan berurutan dari orang tua dan anggota keluarga

Tabel 3.9

Distribusi Frekuensi Dukungan Moril Orang Tua

Dukungan Moril Orang Tua	Frekuensi	Persentase
Tidak Ada	4	3
Sangat Kecil	1	1
Kecil	21	15
Sedang	54	38
Besar	61	43
Sangat Besar	4	3

Sumber : Hasil data primer yang telah diolah

Pada tabel dukungan moril yang diberikan orang tua,sama seperti dukungan finansial dan jaringan, frekuensi tertinggi adalah dukungan yang besar,yakni 61 dari total 141 responden yang menjawab besar. hal ini menyatakan bahwa pada usaha mikro dan kecil di Jawa timur orang tua memberikan dukungan moril yang sangat besar pada anaknya untuk menjalankan usahanya di sektor mikro dan kecil di Jawa Timur.

Tabel 3.10

Distribusi Frekuensi Dukungan Moril Anggota Keluarga

Dukungan Moril Anggota Keluarga	Frekuensi	Persentase
Tidak Ada	7	5
Sangat Kecil	2	1
Kecil	3	2
Sedang	20	14
Besar	59	41
Sangat Besar	50	35

Sumber : Hasil data primer yang telah diolah

Pada tabel dukungan moril yang diberikan anggota keluarga, sama seperti dukungan modal sosial bidang finansial dan jaringan, frekuensi tertinggi adalah dukungan yang besar, yakni 59 dari total 141 responden menjawab besar. Dan 50 menjawab sangat besar. hal ini menyatakan bahwa pada usaha mikro dan kecil di Jawa Timur orang tua dan anggota memberikan kontribusi dukungan moril yang besar pada anak dan saudaranya untuk menjalankan usahanya di sektor mikro dan kecil di Jawa Timur.

Distribusi Frekuensi Inovasi produk

Berdasarkan olahan data dari Inovasi produk yang dilakukan oleh pengusaha mikro dan kecil di Jawa Timur didapatkan bahwa frekuensi tertinggi inovasi yang dilakukan adalah inovasi pada kualitas berurutan dari perubahan kontrol/pengendalian kualitas, dan perubahan pada standart kualitas.

Tabel 3.11

Perubahan pada pengendalian/kontrol kualitas

Pengendalian kualitas	Frekuensi	Persentase
Tidak Pernah	7	4
Pernah	13	9
Jarang	13	9
Sering	63	44
Sangat Sering	45	31
Total	141	100

Sumber : data primer yang telah diolah

Pada tabel diatas, tabel inovasi produk tentang Perubahan pada pengendalian/kontrol kualitas di dominasi juga oleh jawaban sering dari responden, sama seperti penambahan varian produk. Terdapat 63 responden dari total 141 responden yang menjawab sering di form penambahan fitur produk, 45 responden Sangat sering. Lebih dari 70 % dari Proporsi total persentase jawaban yang didapatkan dari para responden. Berdasar data tabel diatas peneliti berpendapat bahwa perubahan pada pengendalian/kontrol kualitas adalah salah satu elemen penting yang dilakukan berkala, didukung dari hasil pengolahan data kuesioner yang diperoleh dari responden pengusaha mikro dan kecil di Jawa Timur yang cenderung sering melakukan perubahan pada pengendalian/kontrol kualitas.

Tabel 3.12

Inovasi Produk pada Perubahan standar kualitas

Perubahan standar	Frekuensi	Persentase
Tidak Pernah	5	3
Pernah	17	12
Jarang	11	7
Sering	59	41
Sangat Sering	49	34
Total	141	100

Sumber : data primer yang telah diolah

Pada tabel diatas, perubahan standar kualitas produk ada 59 reponden dari total 141 responden yang menjawab sering,

dan 49 responden menjawab sangat sering. Persentase melebihi 70% mendominasi dari jawaban yang lainnya. sehingga bisa diartikan perubahan standar kualitas merupakan salah satu indikator penting inovasi produk dalam menjalankan usaha. Berdasarkan olahan data tersebut bisa diartikan pula sebagian besar responden yakni pengusaha mikro dan keci di Jawa Timur sangat sering melakukan perubahan standar kualitas produk.

Tabulasi silang

Menurut Santoso (2003) *Cross Tabulation* merupakan sebuah tabel silang yang terdiri atas 1 baris atau lebih. Cross Tabulation adalah membantu memahami sebuah variabel. Cross tabulation menghasilkan tabel-tabel yang mencerminkan distribusi gabungan 2 atau lebih variabel dengan jumlah kategori atau nilai pembeda yang terbatas. Dimana cross tabulation sekedar menampilkan kaitan antara 2 atau lebih variabel, sampai dengan menghitung apakah ada hubungan antara baris dan kolom.

Pengolahan data dari penelitian ini menggunakan software SPSS. Masing-masing item yang ada di *crossstabulation* kan dan hasilnya diambil beberapa yang menurut peneliti item-item tersebut dapat mewakili variabel yang ada, dengan cara diambil hasil yang paling mencolok pada hasil *crossstabulation*.

Pada hasil olahan data antara variabel modal sosial dan inovasi produk, ternyata didapatkan hasil informasi bahwa antara modal sosial pengusaha dengan indikator inovasi produk seseorang memiliki hubungan seperti pada faktor dukungan finansial orang tua dengan inovasi penambahan varian produk misalnya hasil yang ditunjukkan bahwa semakin besar dukungan finansial dari orang tua, makin sering pula seorang pengusaha melakukan inovasi penambahan varian produk, menunjukkan adanya hubungan yang signifikan, begitu pula dengan yang indikator-indikator lainnya di masing-masing variabel yang di uji pada penelitian ini menunjukkan adanya kaitan variabel satu dengan variabel lainnya, yang ditunjukkan oleh olahan data tabel disertai dengan kesimpulan analisa data berdasarkan hasil dari penghitungan kaitan kedua variabel yang di tunjukkan oleh jumlah data dari tiap-tiap tabel yang ada di pembahasan tabulasi silang ini.

Tabel 3.13

Kaitan Dukungan Finansial orang tua dengan Penambahan varian produk

Dukungan Finansial Orang Tua	Penambahan varian produk					Total
	Tidak Pernah	Pernah	Jarang	Sering	Sangat Sering	
Tidak Ada	4	5	5	14	2	30
Sangat Kecil	2	0	1	2	0	5
Kecil	0	1	0	1	0	2
Sedang	1	3	5	12	2	23
Besar	4	9	8	15	5	41
Sangat Besar	1	6	10	13	10	40
Total	12	24	29	57	19	141

Sumber : data olahan data primer

Tabel diatas adalah tabel dukungan finansial orang tua terhadap variabel inovasi produk, yakni perubahan pada varian produk. Berdasarkan tabel diatas terdapat 30 responden dari total 141 responden yang tidak mendapat dukungan finansial dari orang tua, 41 responden mendapatkan dukungan yang besar, dan 40 responden yang mendapat dukungan finansial dari orang tua sangat besar. Dari variabel inovasi perubahan pada varian produk, terdapat 12 orang yang tidak pernah melakukan perubahan, 57 orang sering melakukan perubahan, dan 19 orang yang sangat sering melakukan perubahan pada fungsi produk. Dari data tersebut frekuensi tertinggi adalah besarnya dukungan finansial orang tua, dan sering nya perubahan pada varian produk. Kemudian berdasarkan data pada tabel diatas,peneliti melihat bahwa dari dari sebagian besar responden mendapatkan dukungan finansial yang besar dari orang tua, responden sering melakukan inovasi pada perubahan varian produk. Peneliti berpendapat bahwa besar dukungan finansial orang tua,menjadikan pengusaha di sektor usaha kecil dan mikro di Jawa Timur lebih berani dalam berinovasi dengan menambah varian produk yang dihasilkan, sehingga lebih inovatif. Sehingga dukungan finansial dari orang tua, mendukung pengusaha di sektor usaha kecil dan mikro di Jawa Timur dalam melakukan inovasi produk pada perubahan varian produk.

Pada pengolahan tabulasi silang, ditunjukkan kaitan antara 2 atau lebih variabel, sampai dengan menghitung apakah ada hubungan antara baris dan kolom. Dimana berdasarkan penelitian ini didapatkan hasil distribusi frekuensi terbesar vareabel modal sosial adalah pada dukungan finansial, jaringan, dan moril dari orang tua. Sedangkan Distribusi frekuensi terbesar dari vareabel inovasi produk adalah pada indikator kualitas, perubahan pada kontrol/pengendalian kualitas. Yang ditampilkan pada tabel – tabel dibawah ini :

Tabel 3.14

Tabulasi silang hubungan Dukungan Finansial Orang Tua terhadap Perubahan pada pengendalian/kontrol kualitas

Dukungan Finansial Orang Tua	Perubahan pada pengendalian/kontrol kualitas					Total
	Tidak Pernah	Pernah	Jarang	Sering	Sangat Sering	
Tidak Ada	4	4	3	12	7	30
Sangat Kecil	0	0	1	1	3	5
Kecil	0	1	0	1	0	2
Sedang	1	1	1	14	6	23
Besar	2	4	6	18	11	41
Sangat Besar	0	3	2	17	18	40
Total	7	13	13	63	45	141

Sumber : data olahan data primer

Tabel diatas adalah tabel dukungan finansial orang tua terhadap variabel inovasi produk, yakni perubahan pada pengendalian/kontrol kualitas produk. Berdasarkan tabel

dias terdapat 63 orang sering melakukan perubahan, dan 45 orang yang sangat sering melakukan perubahan pada pengendalian/ kontrol kualitas produk. Dari data tersebut peneliti melihat bahwa dari sebagian besar responden mendapatkan dukungan finansial yang besar dari orang tua, dan sebagian besar responden sering melakukan inovasi pada perubahan pada pengendalian/kontrol kualitas produk. Dapat disimpulkan bahwa besar dukungan finansial dari orang tua, mendukung seringnya pengusaha dalam melakukan inovasi produk pada perubahan pengendalian/kontrol kualitas produk. Peneliti menduga sebagian besar pengusaha sektor usaha mikro dan kecil di Jawa Timur yang mendapatkan besar dukungan finansial dari orang tua,lebih memperhatikan kualitas produk yang di produksinya.

Tabel 3.15

Tabulasi silang hubungan Dukungan Jaringan Orang Tua dengan Perubahan pada pengendalian/kontrol kualitas

Dukungan Moril Orang Tua	Perubahan pada pengendalian/kontrol kualitas					Total
	Tidak Pernah	Pernah	Jarang	Sering	Sangat Sering	
Tidak Ada	4	5	3	10	8	30
Sangat Kecil	0	0	1	1	0	2
Kecil	0	0	0	2	1	3
Sedang	0	2	1	14	7	24
Besar	3	4	5	20	16	48
Sangat Besar	0	2	3	16	13	34
Total	7	13	13	63	45	141

Sumber : data olahan data primer

Tabel diatas adalah tabel dukungan jaringan orang tua terhadap variabel inovasi produk, yakni perubahan pada pengendalian/kontrol kualitas produk. Berdasarkan tabel diatas terdapat 30 responden dari total 141 responden yang tidak mendapat dukungan jaringan dari orang tua, 48 responden mendapatkan dukungan yang besar, dan 34 responden yang mendapat dukungan finansial dari orang tua sangat besar. Dari variabel inovasi, terdapat 7 orang yang tidak pernah melakukan perubahan, 63 orang sering melakukan perubahan, dan 45 responden yang sangat sering melakukan perubahan pada pengendalian/kontrol kualitas produk. Dari data tersebut peneliti melihat bahwa dari sebagian besar responden mendapatkan dukungan jaringan yang besar dari orang tua, dan sebagian besar responden sering melakukan inovasi pada perubahan pada pengendalian/kontrol kualitas produk. Dapat disimpulkan bahwa besarnya dukungan jaringan dari orang tua, mempengaruhi pengusaha dalam melakukan inovasi perubahan pada pengendalian/kontrol kualitas produk.

Tabel 3.16

Tabulasi silang hubungan Dukungan Moril Orang Tua terhadap Perubahan pada pengendalian/kontrol kualitas

Dukungan Moril Orang Tua	Perubahan pada pengendalian/kontrol kualitas					Total
	Tidak Pernah	Pernah	Jarang	Sering	Sangat Sering	
Tidak Ada	1	1	0	1	1	4
Sangat Kecil	0	0	0	1	0	1
Sedang	3	3	0	10	5	21
Besar	1	5	6	27	15	54
Sangat Besar	2	4	7	24	24	61
Total	7	13	13	63	45	141

Sumber : data olahan data primer

Tabel diatas adalah tabel dukungan moril orang tua terhadap perubahan pada pengendalian/kontrol kualitas produk. Berdasarkan tabel diatas hanya 4 responden dari total 141 responden yang tidak mendapat dukungan moril dari orang tua, 54 responden mendapatkan dukungan yang besar, dan 61 responden yang mendapat dukungan moril dari orang tua sangat besar. Dari variabel inovasi terhadap perubahan pada pengendalian/kontrol kualitas produk, terdapat 7 responden yang tidak pernah melakukan perubahan , 63 responden sering melakukan perubahan, dan 45 responden yang sangat sering melakukan perubahan. Dari data tersebut dapat dilihat hanya sebagian kecil responden yang tidak mendapatkan dukungan moril dari orang tua dan sebagian besar responden sering melakukan inovasi terhadap perubahan pada pengendalian/kontrol kualitas produk. Dapat disimpulkan bahwa dukungan moril dari orang tua, sangat berpengaruh besar pada pengusaha untuk mendorong melakukan inovasi perubahan pada pengendalian/kontrol kualitas produk dalam kegiatan produksinya. Berdasarkan data pada tabel diatas,peneliti berpendapat bahwa hampir semua orang tua pengusaha di sektor usaha mikro dan kecil di Jawa Timur memberikan besar dukungan moril kepada anaknya,sehingga semakin pengusaha dapat berinovasi pada kegiatan usahanya.

Pada penelitian ini hubungan paling lemah adalah pada dukungan finansial kelompok terhadap perubahan pada fungsi produk yang ditunjukkan pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.17

Tabulasi silang hubungan Dukungan Finansial Kelompok dengan Perubahan pada fungsi produk

Dukungan Finansial Kelompok	Perubahan pada fungsi produk					Total
	Tidak Pernah	Pernah	Jarang	Sering	Sangat Sering	
Tidak Ada	25	15	24	28	5	97
Sangat Kecil	3	0	1	2	2	8
Kecil	1	1	1	4	0	7

	Sedang	1	0	1	7	0	9
	Besar	1	1	6	6	1	15
	Sangat Besar	2	0	0	2	1	5
Total		33	17	33	49	9	141

Sumber : data olahan data primer

Tabel diatas adalah tabel dukungan finansial kelompok terhadap variabel inovasi produk, yakni perubahan fungsi produk. Berdasarkan tabel diatas terdapat 97 responden dari total 141 responden yang tidak mendapat dukungan finansial dari rekan, 15 responden mendapatkan dukungan yang besar, 9 responden mendapat dukungan sedang dan 5 responden yang mendapat dukungan finansial dari kelompok sangat besar. Dari variabel inovasi perubahan fungsi produk, terdapat 33 orang yang tidak pernah melakukan perubahan , 49 responden sering melakukan perubahan, dan 9 responden yang sangat sering melakukan perubahan fungsi produk. Dari data tersebut dapat dilihat frekuensi tertinggi adalah pada responden tidak mendapatkan dukungan finansial dari kelompok, tetapi inovasi penambahan fungsi produk tetap dilaksanakan oleh pengusaha responden dari kuesioner. Dapat disimpulkan bahwa tanpa dukungan finansial dari kelompok, para pengusaha sektor mikro dan kecil di Jawa Timur tetap memiliki dorongan besar untuk melakukan inovasi perubahan fungsi produk. Peneliti berpendapat bahwa inovasi perubahan fungsi produk dianggap penting bagi sebagian besar responden,sehingga inovasi perubahan fungsi produk produk tetap dijalankan meskipun tanpa dukungan finansial dari kelompok pengusaha.

KESIMPULAN/RINGKASAN

Pada bagian kesimpulan/ringkasan ini diungkapkan Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, interpretasi dan penjelasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, dan mengacu pada teori pendukung dan hasil olahan data primer dari penelitian ini,maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis pengolahan data yang didapat dari 141 responden menunjukkan bahwa terdapat adanya dukungan modal sosial dari : Orang tua , anggota keluarga ,teman dekat, tetangga, kelompok masyarakat ,dan rekan bisnisnya. Berdasarkan uji statistik, didapatkan hasil bahwa kesimpulan bahwa secara finansial, dukungan terbesar yang didapat para responden pengusaha sektor mikro dan kecil di Jawa Timur adalah berurutan dari dari paling besar yaitu orang tua (40 responden menjawab sangat besar dan 41 responden menjawab besar) kemudian terbesar lainnya didapat dari anggota keluarga dan pasangan hidup. Pada dukungan jaringan terbesar didapatkan dari orang tua juga (48 responden menjawab besar dan 34 responden sangat besar) hasil tersebut adalah yang paling besar,sementara dukungan terbesar lainnya di dapatkan dari anggota keluarga dan pasangan hidup, sedangkan dukungan moriil

terbesar adalah dukungan dari orang tua (59 responden menjawab besar dan 50 responden menjawab sangat besar) kemudian dukungan terbesar lainnya berasal dari anggota keluarga dan pasangan hidup. Dukungan tersebut secara finansial, jaringan dan moral diatas adalah dukungan terbesar yang diterima oleh para responden pengusaha mikro dan kecil di Jawa Timur sedangkan dukungan terkecil yang didapatkan oleh para responden pengusaha mikro dan kecil di Jawa Timur berurutan adalah dari tetangga dan kelompok dari tiap-tiap indikator.

2. Berdasarkan hasil uji statistik dan pengolahan data yang didapat dari 141 responden menunjukkan bahwa inovasi produk digambarkan dalam seberapa sering pengusaha sektor mikro dan kecil di Jawa Timur melakukan inovasi produk. Berdasarkan uji statistik berdasarkan hasil jawaban dari kuesioner yang dibagikan kepada para responden didapatkan hasil bahwa inovasi produk dilakukan oleh para pengusaha mikro dan kecil di Jawa Timur, sedangkan yang paling sering dilakukan oleh pengusaha sektor mikro dan kecil di Jawa Timur adalah inovasi pada perubahan pengendalian/kontrol kualitas, yaitu 63 responden sering melakukan inovasi, dan 45 sangat sering melakukan inovasi perubahan pengendalian kualitas. Kemudian hasil inovasi yang paling sering dilakukan berikutnya adalah perubahan standar kualitas produk yang dihasilkan dalam kegiatan usaha produksinya (59 responden sering dan 49 respondensangat sering). Sedangkan yang paling jarang dilakukan para pengusaha sektor mikro dan kecil di Jawa Timur adalah perubahan pada packaging produk.

Berdasarkan hasil uji statistik dan pengolahan data menggunakan software SPSS dari yang didapat dari 141 responden menunjukkan bahwa terdapat kaitan antara modal sosial dengan inovasi produk. Berdasarkan data olahan yang ada pada penelitian ini didapatkan bahwa semua indikator dari kedua variabel saling berhubungan. Dari data olahan didapatkan bahwa hubungan yang paling berpengaruh dari indikator modal sosial adalah dukungan dari orang tua, anggota keluarga dan pasangan hidup, untuk keseluruhan indikator inovasi produk. Hal ini dapat dilihat dalam hasil penelitian tabulasi silang pada bab 4, yang menunjukkan kaitan antara modal sosial dengan inovasi produk. Data menunjukkan Semakin tinggi dukungan finansial orang tua, anggota keluarga, maupun pasangan hidup , semakin tinggi pula tingkat intensitas pengusaha sektor mikro dan kecil di Jawa Timur melakukan inovasi di semua indikator inovasi produk. Demikian pula pada ditunjukkan pada sisi dukungan jaringan dan dukungan moral yang didapat responden. Sedangkan tingkat hubungan yang paling kecil terdapat pada hubungan dukungan baik finansial, jaringan maupun moral dari tetangga dan kelompok terhadap keseluruhan indikator inovasi produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2008). *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta
- Amabile, Teresa M. (1996). "Assesing The Work Environment For Creativity". *Academy of Management Journal*.p.1154-1184.
- Cooper, Robert G. (2000). "Product Inovation and Technology Strategy".*Journal Research Technology Management*.p.38-41.
- Davidsson, Per and Honig, Benson (2003) *The Role of Social and Human Capital Among Nascent Entrepreneurs. Journal of Business Venturing* 18(3):pp. 301-331.
- Gatignon, Hubert, and Jean-Marc Xeureb. (1997). "Strategic Orientation of The Firm and New Product Performance." *Journal of Marketing Research* 34
- Gatignon, Hubert & Jean – Marc Xuerob. (1997). "Strategic Orientation of The Firm and new Product Performance". *Journal of Marketing Research*.p.77-79.
- Ghozali, I. (2001). *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi ke 2. universitas. Diponegoro.
- Godam. 2006. *Pengertian, Definisi, Macam dan Penggolongan Industri di Indonesia*. *Perekonomian Bisnis*
- Hasbullah, J., 2006. *Sosial Kapital: Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia*. Jakarta: MR-United Press.
- Hendro, M.M. (2005). *How To Become Smart Entrepreneur and To Start A new Business*. Yogyakarta: Art Sell.
- Hisrich, R.D., Peters, M.P., & Shepherd, D.A. (2008). *Entrepreneurship kewirausahaan*. (Chriswan Sungkono & Diana Angelica, Trans). Jakarta: Salemba Empat
- Hubeis, M. (2005). *Manajemen Kreativitas dan Inovasi dalam Bisnis*, Jakarta: Hecca Mitra Utama.
- Kuncoro, M. 2004. *Metode Kuantitatif*. Edisi Kedua. AMP YKPN. Yogyakarta
- Li, T., & Calantone, R. J. (1998). *The Impact of Market Knowledge Competence on New Product Advantage : Conceptualization and Empirical Examination. Journal of marketing* , 62 (October) , 13-29
- Lin, N. 2007. *Social capital : A Theory of Social Structure and Action*. New York : Cambridge University Press
- Malhotra, N.K. (2010). *Marketing Research An Applied Orientation* 6th ed . Prentice Hall: New York
- Meredith, G. (2005). *The practice of entrepreneurship*. Jakarta : Lembaga Manajemen PPM.
- Petter, Drucker. 2008. *Innovation And Entrepreneurship*, New York: Harper dan Row.
- Santoso, Singgih. 2010. *Materi SPSS 18*. Jakarta. PT Elex Media Komputindo.
- Santoso, Singgih. 2010. *Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Setyadharma, A. 2010. *Uji Asumsi Klasik dengan SPSS 16.0*. Universitas Negeri Semarang: Fakultas Ekonomi
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Jakarta.
- Suryana, "Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses", Salemba Empat, 2003.
- Stamm, B.V. (2008). *Managing Innovation, Design, and creativity*, second edition.
- Suhendro, G. (2010). *Analisis Pengaruh Inovasi Produk*.

- Som, Junainah, M., & Ismail, WKW. (2003). Keinovasian Organisasi Institusi penyelidikan Awam. Jurnal Universiti Teknologi Malaysia.
- Susanty, A., Bachtiar, A., Diana P., & Karlina A. (2010). Hubungan Standar Produk Dengan Inovasi Produk Pada Industri Elektronik (Studi Kasus Pada Pt. Hartono Istana Teknologi). Artikel, Universitas Diponegoro Semarang.
- Sugiyono, (2008). *Metode penelitian bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Thomas Zimmerer, Norman M. Scarborough, Doug Wilson, "Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management", *Pearson/Prentice Hall*, 2008
- Thornberry, Neal. (2006). *Lead like an Entrepreneur. United States of America: McGraw-Hill Companies, Inc*
- Walpole, Ronald E., 1995, Pengantar Statistik Edisi 3 Alih Bahasa: Bambang. Sumantri, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.
- Wirasmita, Yuyun, "Pembangunan Ekonomi dan Kewirausahaan", Analisis Ekonomi Jawa Barat, Unpad Press, 2003
- Winardi, J. (2008). *Entrepreneur dan Entrepreneurship*. Jakarta : Prenada Media Grup.
- Zimmerer, W.T & Scarborough (2005). *Essentials of Entrepreneurship and small business Management. Fourth Edition*. United States of America : Pearson Education
- Pratiwi, Charles Saerang; Pembelajaran Berharga dari Konflik Bisnis Keluarga Retrieved June 17, 2013., from <http://swa.co.id/business-strategy/charles-saerang-pembelajaran-berharga-dari-konflik-bisnis-keluarga>